

НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ, ПОВ'ЯЗАНИХ З РОЗВИТКОМ РЕМЕСЛА ТА ПРОФЕСІЙ

Як мовний матеріал фразеологізми цікаві широким колом побутової лексики, спектром синтаксичних явищ, стилістичним забарвленням, комунікативною значимістю. Для філолога та викладача німецької мови вони можуть бути хорошим ілюстративним матеріалом різних мовних явищ, структур і процесів. Знання, наприклад, прислів'їв та приказок завжди цінується як доказ певного рівня володіння іноземною мовою.

Фразеологію німецької мови вивчали в різних аспектах, багато уваги вчені приділяли розробці класифікацій фразеологізмів. У галузі семантики фразеологічних одиниць дослідження охоплюють широке коло проблем, які вивчаються на матеріалі різних мов, серед них: антропоцентризм фразеологічної семантики та мови (О. В. Забуранна, Є. С. Кубряков), взаємодія фразотвірних компонентів у процесі формування узагальнено-образної семантики ідіом (С. Б. Пташник), внутрішня форма фразеологізмів та її функції (Я. А. Баран, А.В. Кунін), фразеологічна номінація (І. Б. Дубровська), національно-культурна специфіка фразеологічних одиниць (Ю. А. Фірсова) та ін. Тож актуальність нашої теми зумовлена підвищеним інтересом дослідників до вивчення національно-культурної специфіки фразеологізмів.

Взаємозв'язок мови і культури став однією з центральних проблем сучасного мовознавства. “Мова, – за Е.Сепіром, – є вказівкою на розуміння культури, а лексика – надзвичайно чутливим показником культури народу” [1, 243]. Безсумнівним є вплив культури на своєрідність лексико-фразеологічних засобів мови.

Метою нашого дослідження є висвітлення національно-культурної специфіки німецьких фразеологізмів на прикладі тих, що пов'язані з розвитком ремесла та професій.

Для досягнення мети нами були визначені такі завдання: 1) встановлення факторів, що зумовили національну своєрідність німецьких фразеологічних одиниць; 2) визначення загальних

тенденцій семантичної еволюції лексики, пов'язаної з розвитком ремесла і професій у внутрішньофразеологічному контексті.

Кількість фразеологічних одиниць, пов'язаних з розвитком ремесла та професій, є досить значною. Спочатку це були вільні словосполучення, що позначали які-небудь дії або предмети. Пізніше на основі асоціацій та порівнянь у цих висловів розвивалося переносне значення. Часто в ході подальшого розвитку виробництва необхідність в якомусь процесі відпадала, або він замінювався іншим. Первісне значення вислову втрачалося.

Значення фразеологізму *auf die Walze gehen* – *вирушати в мандрівку*. В сучасній німецькій мові у слова “Walze” немає значень, які б мали щось спільне з мандрівкою. Воно має інше значення “валок, ролик, каток”. Раніше це слово означало мандрівки ремісників. Вираз походить від середньовічного німецького звичаю, поширеного серед ремісників, відправляти цехових підмайстрів у мандрівки. Звичай виник на початку XVIII століття, коли окремі ремісники об'єднувалися в цехи.

Крім того, існує низка фразеологічних одиниць, які не втратили первісного значення. Пряме і переносне значення функціонують паралельно.

Фразеологізм *j-s Aktien steigen (fallen)* має значення *чії-небудь акції зростають (падають)* (тобто шанси на успіх зростають (зменшуються)). Вислів запозичено з біржового життя наприкінці XVIII століття. Дана фразеологічна одиниця вживається також у формі запитання *Wie stehen die Aktien?* – *Як справи?*. Пізніше від цього вислову утворився жартівливий варіант *Wie stehen die Akazien?*, побудований на основі схожості звучання слів *Aktien* та *Akazien*.

Торгівля також наклала свій відбиток на формування фразеологічного фонду німецької мови. Фразеологічні одиниці відображають специфіку торгівельних взаємин (*Jeder Kaufmann lobt seine Ware* – *Кожен купець свій товар вихваляє*), а також нечесність купців та торговців. Ідіома *j-m ein X für ein U vormachen* означає *обдурити кого-небудь, замилувати очі*. У середні віки користувалися римськими цифрами. Знак V позначав “5” і водночас літеру U. X позначало “10”. З цифри V легко було зробити X, продовживши палички. Цим користувалися крамарі, лихварі, трактирники і обдурювали клієнтів. Первісне значення вислову було *j-m zehn statt fünf anschreiben* – *приписати кому-небудь 10 замість п'яти*.

Незважаючи на те, що наука, освіта, мистецтво відігравали відчутну роль у житті людей, вони послужили джерелом незначної

кількості фразеологізмів. Серед них можна назвати ідіому *sein Gesetz dazugeben (abkriegen)*, яка має значення *додати (отримати) свою частку*. *Gesetz* (також *Gesätz*) означало раніше “строфа пісні”. Коли співали по черзі, кожен співав свою строфу (*Gesetz*), а хор – рефрен до кожної строфи.

Значний вплив на формування фразеологізмів мала військова справа, військові традиції та норми, види зброї та способи її використання.

З 1881 року відомий вислів *rin in die Kartoffeln, raus aus den Kartoffeln*. Його походження пов'язують з розповсюдженими суперечливими наказами, що віддавалися під час маневрів: то зайти у картопляне поле, то залишити, щоб не завдавати збитків. Згодом значення звороту поширилося на будь-які суперечливі накази, і означає він *то так, то сяк; то туди, то сюди*.

Слово “*Haufen*” в історичному значенні “загін ландскнехтів” (ландскнехт – німецький найманий піхотинець епохи Відродження) стало основою для таких фразеологізмів: *wieder beim Haufen sein* – повернутися в стрій (зазвичай після поранення); *in hellen Haufen kommen* – сунути лавою, валом валити [2, 266].

З давніх часів одним з досить поширених занять у Німеччині було полювання. Воно також стало джерелом для утворення фразеологічних одиниць. Образом для багатьох із них є пастка, для деяких – способи вистежити дичину або втеча дичини (*in die Falle gehen* – ускочити в пастку; *seine Netze nach j-m auswerfen* – ставити тенета на кого-небудь).

Мореплавство стало джерелом для наступних фразеологізмів: *wissen, woher der Wind weht* – знати, звідки вітер віє, *wo hat dich der Wind hergeweht* – яким вітром тебе занесло сюди, *der Wind hat sich gedreht* – становище змінилося, *vor dem Winde (mit allen Winden) segeln* – мчати на всіх парусах, *mit vollen Segeln fahren* – пустити в хід усі засоби, щоб досягти своєї мети. Як бачимо, в декількох ідіомах зустрічається слово “*Wind*” – вітер, адже для моряків напрямок вітру відігравав важливу роль.

Поряд з фразеологізмами, які містять лексику, пов'язану з ремеслами та професіями, в німецькій мові є значна кількість ідіом, до складу яких входять самі назви виконавців цих видів діяльності – ремісників, фахівців у різних галузях виробництва. Наприклад, *Die Axt im Haus erspart den Zimmermann* – Якщо в будинку є сокира то тесля ні до чого; *trinken wie ein Bürstenbinder* – пити запоем, *j-d rennt wie ein Bürstenbinder* – хто-небудь біжить як очманілий

(“Bürstenbinder” – щіткарь); *Jeder ist seines Glückes Schmied* – кожен сам коваль свого щастя, *es ist ein schlechter Schmied, der keinen Rauch vertragen kann* – то не рибалка, що воду боїться (“Schmied” – коваль); *Schuster, bleib bei deinen Leisten!* – швець, знай своє шевство, а в кравецтво не лізь; *mein lieber Freund und Kupferstecher* – милий друже (“Kupferstecher” – гравер) та ін.

Відтак ми можемо стверджувати, що національно-культурна специфіка формується в процесі життєдіяльності конкретного соціуму, в системі вибудованих ним матеріальних та духовних цінностей, а свій відбиток дає у мові, її семантиці. Таким посередником між фразеологічним значенням та фраземотвірною основою виступає внутрішня форма фразеологічної одиниці. “Вона стає своєрідним віконцем, що допомагає побачити когнітивні й духовні особливості національних мовних картин світу” [3, 138], дозволяє “зазирнути” до мовної свідомості представників різних народів. Тому, проаналізувавши внутрішню форму німецьких фразеологічних одиниць, ми бачимо, що вона виступає не тільки як спосіб вираження поняття, а й як засіб відображення навколишньої дійсності у формах мови, відтворення специфічно самотутніх способів виявлення понять.

Таким чином, інформація культурологічного плану (культурні стереотипи, національно-специфічні ознаки поведінки народу, функціонально-стилістичні параметри спілкування тощо) створює умови для зіставного лінгвокультурологічного аналізу фразеологізмів декількох мов у семасіологічному та ономасіологічному напрямках, що дозволить визначити їх семантичну та комунікативну “вартість”. А саме доцільно буде дослідити німецькі фразеологічні одиниці із лексемами на позначення назв ремесел та професій у порівнянні з українськими та англійськими.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сэпир. – М.: Издательская группа “Прогресс”: Уневерс, 1993. – 655 с.
2. Бинович Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович, Н. Н. Гришин / Под ред. д-ра Малиге-Клаппенбах и К. Агрикола. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: “Русский язык”, 1975. – 656с.
3. Манакін В. М. Внутрішня форма слова як параметр міжмовного зіставлення / В. М. Манакін // Проблеми зіставної семантики. – К.: Вид. центр КНЛУ, 2005. – Випуск 7.– С. 138-140.